



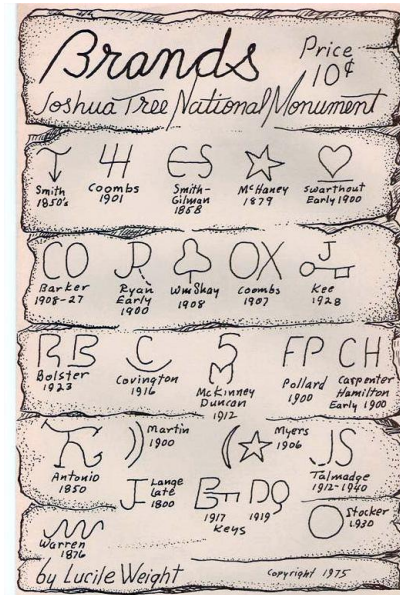
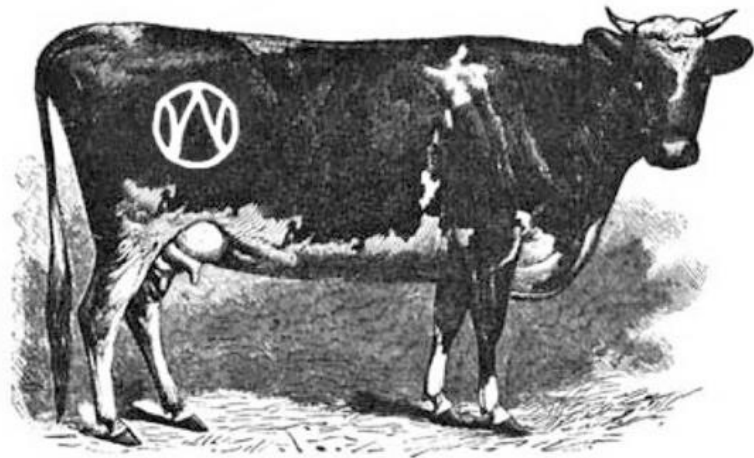
**Бизнес?**

**Начинай с брендинга**



# Происхождение слова «бренд»

- Этимология: с норвежского Brandr – жечь, огонь
- Произошло из практики проставления клейма на коровах или лошадях



# Определение бренда

- “Терминология, символы, дизайн, или их комбинация, позволяющие производителю отличить свои товары или продукцию от продукции других конкурентов” (Беннетт)
- “Мысли, возникающие в голове у потребителя при упоминании этого товара или продукта”

# Различие между Товаром и Брендом

Товар: Физический и функциональный предмет (например, обувь)

Бренд: Эмоции, Символ, Отношение покупателя  
(Например, Адидас = обувь + преодоление трудностей, успех)



## Если у вас есть (хороший) бренд

- Первое, что приходит на ум потребителю при покупке товара
- Возможность выделить товар из массы других товаров
- Возможность продать товар по более высокой цене
- Возможность завладеть предпочтениями и лояльностью потребителей
- Возможность завладеть преимуществом в отношениях с дистрибьюторами

## Создание бренда: Поиск названия



- Необходимо определить, с каким словом должен ассоциироваться мой товар
  - Слово должно подходить характеристикам товара
  - Слово должно быть желаемо потребителем
  - Слово должно отличаться от конкурирующих товаров
- Не думайте слишком много, сфокусируйтесь на одном определенном слове

# Создание образа бренда: подсознательный образ

- Неизменное послание
  - Через товар
  - Через дизайн, название, логотип, и т.д.
  - Через рекламу, пиар, мероприятия, и т.д.



# Выбор названия бренда

- Избегайте общих слов или простых существительных.
- Избегайте сокращений или цифр.
- Название товара должно намекать на его характеристики.
- Легкозапоминающееся и легкое в произношении слово.
- Без негативных сопутствующих значений
- Должна быть возможность регистрации по закону о товарных знаках

## Создание логотипа

- Форма: Простая, Легкозапоминающаяся



- Цвет: Противоположный цвету конкурентов



## О бренде: Маркетинг через повествование

- Рассказ о закулисной истории бренда
- Должно быть легко читаемым
- Повествование про историю товара и поиск значения
- Спонсирование мероприятий, которые могут стать повествованием в будущем
- Использование знаменитостей для создания повествования

# История о бренде Джонг Щик Пум

- Джонг Дже Вон, Основатель компании (99 лет)



- От курьера к врачу
- В 40 лет поехал учиться за границу для поиска методов лечения детей, неспособных переваривать грудное молоко или детскую смесь и в результате погибавших.
- В 50 лет основал компанию Джонг Щик Пум и начал производить соевое молоко (Веджимил) по рецепту его матери
- В 2014 году пожертвовал 200 миллионов на строительство научного центра сои.



# Маркетинг через повествование

- Используйте ценности, близкие потребителю (семья, любовь, отношения)
- Рассказывайте просто и понятно
- Используйте эмоциональные и интересные элементы
- Используйте тему, которая может быть развита в будущем

# Легкодopusтимые ошибки брендинга в средних и малых предприятиях

- Мнение, что средним и малым предприятиям не нужен или невозможен брендинг
- Все решения принимаются в соответствии с предпочтениями и интуицией генерального директора
- Брендинг не соответствует ценностям и философии компании и основан на желании получить краткосрочные результаты
- Чрезмерное сокращение затрат на разработку и осуществление бренда
- Слишком частые изменения бренда или логотипа

